在2016年宣传工作会议上的讲话

上海市红十字会副会长 张钢

各位领导、通讯员：

首先，我对通报中的先进集体和获奖的优秀通讯员表示祝贺！刚才，刘部长对全年系统宣传工作进行了总结。纵观全年，在大家的齐心协力下，本市红十字系统宣传工作较上一年度有了较大的提高，我归纳一下主要是这四个方面转变：一是从固守传统媒体宣传向兼顾传统媒体和新媒体结合、矩阵式宣传转变；二是从以往满足材料被动发送宣传为主向顶层设计、主动宣讲、分层分类地针对性宣传转变；三是从以往工作宣传为主向典型引路、深度报道兼顾文化润物、理论研究转变；四是从单打独斗向横向合作、纵向联动的大宣传格局转变。从这些转变中我们看到了工作的突破、效果的提升，这都和各区县红十字会、冠名医疗机构领导的重视、各部门的支持以及专兼职工作人员的认真工作密不可分。为此我代表市红十字会向各位的努力工作和辛勤耕耘表示衷心的感谢！

下面，我就2016年宣传工作提几点想法和要求。

一、要进一步认识红十字宣传工作的重要性

去年，中央党的群团工作会议、中国红十字会第十次全国会员代表大会相继召开，本月，全国宣传部长会议和本市宣传思想文化工作会议也分别召开，历次会议都将宣传工作推到了新的高度，指明了新的目标，提出了新的要求。

习近平总书记在中央党的群团工作会议上指出，群团组织开展工作和活动要以群众为中心，让群众当主角，而不能让群众当配角、当观众。他在会见“十大”代表时指出，各级红十字会要结合培育和践行社会主义核心价值观，在全社会弘扬人道、博爱、奉献精神，弘扬正能量，引领新风尚。

刘云山同志在全国宣传部长会议上指出，宣传工作要统筹建设和管理，统筹理论和舆论，统筹内宣和外宣，统筹网上和网下，统筹时、度、效，提高工作科学化水平。

董云虎部长在本市宣传思想文化工作会议上指出，要推进媒体融合发展，坚持导向为先、内容为王、受众为本、采编为宝，坚持创新为要、融合发展，加快实现传统媒体脱胎换骨、新媒体腾飞发展。要留出一支精兵做好传统媒体，集中力量发展新媒体，加快向以网络为主的发展战略转移。要牢固树立大宣传的工作理念，坚持网上网下工作一体化推进、一体化管理；要统筹时、度、效，掌握好时机、掌握好分寸，努力做到适时、适度、适当，努力增强舆论引导的及时性、针对性、有效性。

红十字会作为群团组织之一，要始终坚持党的统一领导，坚持发挥桥梁和纽带作用，坚持围绕中心、服务大局，坚持服务群众的工作生命线。红会工作的出发点和着力点都在人民群众，宣传工作也要着眼于人民群众、服务于人民群众，让人民群众成为宣传的主角，让宣传来推动业务工作的开展，从而使更多的人民群众得益。

红十字宣传工作肩负着传播红十字运动知识、弘扬红十字精神理念、宣传红十字业务工作、发动社会力量扶危济困等重要职责，在促进红十字事业科学发展中发挥着无可替代的作用。

红十字宣传工作要从传统媒体为主，逐步向保持传统媒体、重点发展新媒体方向转变，从而适应新时代下的宣传工作方式的要求。

可以肯定地说，宣传工作做好了，我们的社会影响力就会增大，才会有更多的人关注支持我们的事业，才会有更多的人加入我们的行列，我们的各项工作才更有群众基础，这也是我们做好各项工作的根本保证。

二、进一步加强“点、线、面”的整合，完善大宣传格局

2015年，我们可喜的看到，“点”越来越多了，浦东遗体捐献戎宏之家庭、嘉定器官捐献协调志愿者胡善友、金山造血干细胞捐献志愿者团队等典型人物、先进事迹的宣传报道见诸报端、网端、微信端的频率越来越高了。但是，这些报道还是多集中于单次事件、单个案例，很少有深度挖掘、跟踪报道，更鲜有树立榜样、打造典型。这样的“点”，有声音没震撼，有形象缺影响，较难打动人、感染人，很难将其作为榜样进行宣传、学习，更难打造成有利于红会事业改革发展的持久氛围。因此，希望在今年的典型宣传中，各单位要抓住重点、集中宣传，有意识地进行典型的挖掘和培育，坚持从普通的群众中来，去感染身边更多的群众。从好的案例中选优，持之以恒地区挖掘、打造、培养郭明义式的先进人物。争取每个区县都能树立至少一个典型，我们也将提供更多的平台（包括上红报、网站、微博、微信、宣讲甚至是总会及主流媒体）配合进行宣传。浦东新区在这方面已经取得不错的成绩，下午，他们将为我们分享这方面的经验。

这一年，各级红十字组织都加强了宣传工作，宣传主线更鲜明、宣传条线更多元、宣传形式更丰富，宣传力度不断加强。各区县红会都能依照年初制定的宣传重点工作进行落实完成，对主线宣传实现了上下联动。松江区、徐汇区在青少年群体中开展了红十字运动基本知识竞赛，浦东新区组建红十字精神志愿宣讲队，深入社区连续开展6场巡回宣讲报告会，嘉定区的文化传播志愿服务队在进社区、进家庭宣讲方面取得了长足进步。《博爱浦东》、《青浦慈善》、《金山慈善》、《夕阳留辉》、《嘉定红十字》等刊物也越办越好。徐汇、宝山、杨浦、崇明等也积极与区报区台合作开展宣传。浦东、松江、奉贤红会的微信公众号也孕育而生并蓬勃发展。以上这些较之2014年都有了较大的进步。但是，从宣传受众的针对性及使用新兴媒体的能力方面看，我们还是有所不足。

因此，2016年，我希望各级红十字组织能在对不同年龄阶段、不同文化层次的受众群体有针对性的宣传方面有所加强，具体可以在以下几点做下工作：在老年人较多的区域比如医院、社区，可以结合导医助医、心理安抚等志愿服务和红十字服务总站（站）提供的各项便民服务，将宣传潜移默化地融入服务中去；在白领人群聚集区域，可以通过新媒体微信扫一扫、快消文化活动的形式等，使白领们有参与感，提高他们的关注度；在人流密集场所，可以结合救护知识和AED使用等进行宣传；在学校，结合探索人道法课程及现场救护培训等活动，将红十字理念和文化融入学生的生命教育和安全教育中去。嘉定区红会在宣讲队建设上有其独到之处，下午也会向大家分享一下他们的做法。

在新媒体使用方面，各单位要进一步引起重视，开通（加强）微信公众号，在自身微信公众号信息推送的基础上，还要利用自身的微信平台向我会公众订阅号分享信息，实现上下互动。特别要注意的是，微信信息要选择合适的内容，有趣的形式，使关注者能互动参与进来。通过微信转发、转载，集成和共享信息，不断扩大关注人群，使新媒体与传统媒体共同成为我们宣传工作的重要平台。

2015年，各级红十字组织上下联动越来越多，无论是业务工作还是宣传工作，已经能做到相互呼应、互相协同，能发挥出一定的效果。特别是在宣传工作中使用各种载体、覆盖各类对象方面有了突破。比如，每年的世界红十字日主题纪念活动，已基本做到了市、区、街镇、居委（村）在同一时间段同时发起各种形式的纪念活动，形成了规模化宣传的社会效应，四级红十字大宣传格局基本成型。又如，今年《台湾“粉爆”受伤女孩捐助上海“好邻居”》、《少儿住院互助基金又有新政策——0至30天新生儿患病住院费用纳入支付范围》和《救命神器亮相申城街头——本市公共场所安装310台AED》等活动不仅通过平面媒体（包括中央、本市）进行宣传，还通过网站、微博、微信（包括社会网站、上海发布等），在宣传载体上基本做到了全覆盖。2016年，在宣传大格局这个“面”上，我们还可以不断完善，特别是在面向大众、贴近大众的第一线——社区红十字服务总站（站），社会宣传上要加强、覆盖面需扩大、知晓度要提高。下午，奉贤区红会将为我们介绍一下他们如何在社区服务总站开展宣传工作的经验。

三、进一步做好“时、度、效”的统筹，提升宣传效果

各级领导在宣传思想文化工作会议上都提出了宣传工作需要把握和统筹好“时、度、效”的关系，“时、度、效”是做好新形势下宣传工作的基本要求,也是提升宣传质量和水平的重要途径。

当前的正面宣传已初有成效，但也存在一些问题，比如有的居高临下、照搬照抄，生动鲜活不够，有的模式化、套路化，贴近亲和不够，等等。解决这些不足，就是要按照把握时、度、效的要求，去加以改进。

（一）把握“时”,凸现时代性和抓住时效性

宣传工作要坚持正确的政治方向，坚持党的领导，坚持围绕中心、服务大局，贯彻落实群团改革和总会十大会议精神。

从宏观上讲，宣传要从时代大局、社会大势出发，切中时代脉搏，反映时代心声，顺应时代大势，也就是习近平总书记所指出的，胸怀大局，把握大势，因势而谋、应势而动、顺势而为。宣传要紧紧围绕当前一个时期党和国家的工作中心来谋划报道。这一历史时期，红会宣传工作的重点就是贯彻落实习近平总书记的重要讲话精神和党的群团工作会议、总会“十大”会议精神，宣传工作要坚持党的领导，为2020年实现全面小康这个中心目标而奋斗，宣传的出发点和落脚点都在人民群众，要不断进行宣传体制、载体、形式的改革及发展，宣传工作不仅要服务于红会整体事业，更重要的是通过宣传让人民群众了解我们、信任我们、支持我们。红会是党和政府人道领域的助手，当前的主要宣传工作，要善于多角度、多侧面发掘与中心工作密切相关的新闻，坚持正向宣传，特别是宣传服务人民群众的政策、项目、人物（尤其是志愿者）。通过宣传推进工作的开展，使人民群众受益，起到与人民群众桥梁和纽带的作用。

从微观上讲，宣传要大力提升及时性，争分夺秒抢占“第一时间”、“第一落点”。落后就要挨打，贫穷就要挨饿，失语就要挨骂。要解决不能说、不敢说、不会说的问题。因为发出声音才会有影响力，主动发声才会有先机，善于发声才会有话语有时，话语背后是思想是综合实力。同时，宣传还要遵从该发声时必须发声，该有态度时必须有态度的原则。例如，前不久发生的北京999事件，北京红会在第一时间没有准确的发声，没有表明调查事实情况的态度，而以领导在外联系不到为由回应，造成了宣传上的被动局面，从而影响了红会的整体形象。因此，我们的宣传工作特别是舆论引导工作就是要讲时效性，在准确的前提下报道越快越好。重要信息和重大事件要用好主流媒体，新闻信息内容要做到一次性采集多媒体呈现。

（二）把握“度”,摸准尺度和抓住底线

在宣传工作中，“度”就是报道的尺度，选取的角度适应受众的心理、心态和情绪，也是报道的幅度（广度），做到适度而不失度，做到准确客观、以理服人，还是报道的频度，重点工作高频度宣传，常规工作一般宣传，做到有峰有谷，最后，还要做到防止正面宣传出现负面效果。（比如在进行宣传报道时要照顾到受助者的尊严和隐私。）

人道理念要成为市民日用而不绝的行为准则，是个长期积累教化的过程，抓抓停停不行，必须持续用力，强制灌输不行，必须润物无声，久久为功。要研究并讲清人道与博爱有根有源有德有理有道有义。微观视角展现宏大叙事，用生动故事全市深刻主题，让受众从具体话题中自己得出正确结论，达到“看不见的宣传”效果。不同媒体在表达方式和内容呈现方式可以不同，但导向把关、尺度把握要坚持同一标准。

从数量上看，红会的宣传多属于宣传社会正能量、新风尚，对典型人物、先进事迹的宣传可以多频次、多体量、不同平台、不同形式。现在的情况，区县上报的信息数量稳中有升，但是这主要体现在上红报、门户网站，主流媒体和社会网站方面的报道还比较少。因此，2016年，希望各级红十字会能积极与所在区的有线台、区报加强合作，多一些社会层面的报道，多渠道、多频次的进行人道工作和典型人物的报道。信息传播部也将根据大家的需求，组织区县红会的重点宣传内容，以开展新闻通气会的形式，谋求通过市级媒体进行宣传。

从质地上看，红会的宣传多涉及社会民生，契合时代主题、与人民利益密切相关的，我们可以借鉴2015年金山区红会与区委宣传部合作举办造血干细胞捐献志愿者先进事迹报告会，形成声势后，在市委宣传部的支持下，在全市召开先进事迹报告会，掀起了宣传红十字“人道、博爱、奉献”精神的高潮。常规的，大家还是可以采用专版、连续报道等形式进行重点报道。

从层次上看，涉及红会中心工作、民生工作的宣传报道，要提升报道的高度，既要有政治高度也要有社会高度，还要兼顾人性高度。

同时，结合红十字运动实际，在宣传工作中“度”的把握还要注意以下关系：

1、纪律与规律的关系。严格执行纪律，要兼顾法律法规、党的纪律和红十字运动七项基本原则。纪律规定之外的，要寻求多方需求的结合点，尤其是结合党和政府想干、群众盼干、红会能干之事。要坚守社会底线，不挑战社会伦理和公众心理承受力，不违背七项原则。（例如，1115大火，虽然红会募捐了善款向受灾人进行人道救助，但是在这一事件节点，不宜进行大规模宣传。）

2、正面与负面的关系。报道正面典型不能拔高，负面典型不能渲染，要实事求是，有一说一，防止正面典型引来负面评价，负面典型却得到正面评价。与社会新闻不同，我们红十字的宣传一般大多以正面宣传为主。因此，尤其要注意把握好先进典型宣传的“度”，以提升红十字人的自信心、提升群众参与的积极性，为社会输入更多的正能量。（例如，造血干细胞捐献毁捐事件，对毁捐的学生不能进行过度的报道，而只能借助这一事件进行正面的引导。）

3、主观与客观的关系。公众的主观愿望有时是合理的，要尽最大努力去满足。有时可能超越了主体对客体的认知程度和处理能力，超越了客体自身发展的阶段，报道要实事求是，不能为了迎合公众，胡乱猜测。（比如前段时间有一期新闻夜线，主题是家中药品的转赠或捐赠行为。有人提议由红十字会来负责公民剩余药品的转赠。一方面对于一部分人群来说确有这方面的需求，另一方面在进行决策和宣传的时候要注意，客观上我们的行为必须符合药品管理等相关法律规范，要符合我们红十字会现有的能力范围。）

（三）把握“效”,增强宣传效果和公信力

做到了“时”和“度”，宣传工作就必然会产生“效”。但是，“效”不仅仅是“时”和“度”的副产品。在宣传工作中，“效”还要用群众语言、身边事例、鲜活方式不断激发人们对正面宣传的关注和兴趣；能够增强人民群众的认同度和向心力，赢得人民群众的信任、支持和合作。

宣传报道效果如何主要看是否有利于党和政府的中心工作，是否有利于社会正能量的传播，是否有利于人民群众的根本利益，是否有利于鼓舞人、激励人，是否有利于激发全社会来支持和参与红会事业。

把握好“效”，实质上是要增强服务人民群众的意识，及时把人民群众特别是最易受损害群体的需求、意见落实到宣传报道中去，让宣传报道真正对他们有效用、有价值，入得了眼、脑、心，这样，才可能谈得上“效”，从而达到宣传“时、度、效”的总体作用和目标。

2016年，希望各级红十字组织在以下方面能够多做一些工作：

1、宣传重点工作。2016年的宣传重点工作有以下几项：本市第九次会员代表大会、新五年工作规划、群团改革工作精神的落实、市红会群团改革相关实施方案、少儿基金成立20周年、AED在本市推广设置、急救培训在全市加速推广等等，各区县红十字会要结合各自工作大力宣传。

2、新媒体的使用。在巩固传统媒体的基础上，大家可以尝试使用新媒体，特别是微博、微信平台。可以将采写的信息、典型人物报道等网上、网下一体化推送。加强与市红会微信订阅号的信息分享、上下联动。原则上，各区县红十字会、市红会各部门、备灾救灾中心、事务中心每月报送信息数不少于2条，各市级红十字冠名医疗机构和高校红会每月报送信息数不少于1条，并提供各类在线服务功能的线下支持。

还要做好订阅号的推广工作，具体包括：

（1）专兼职工作人员、会员、志愿者要利用自己的微信号关注订阅号。同时，要积极推动身边人也关注订阅号。

（2）订阅号推送的信息，可通过本单位的微信订阅号来互相分享和转发，个人可在“朋友圈”推广。

（3）在开展各项业务工作时，可在宣传资料上制作醒目的订阅号二维码，积极运用订阅号开展相关服务。

（4）在开展订阅号推广活动时，要上下联动，积极组织人员配合推广。

2、加强针对性宣传。各区可结合本区实际，针对不同人群、不同层次使用不同的方式进行“靶向”宣传，提高宣传的有效性。各区县、冠名医疗机构传播师资队伍，共同制定传播大纲，针对专兼职工作者、志愿者、青少年及冠名医疗机构医务人员的有效性传播。

3、进一步做好宣传队伍建设。进一步加强通讯员队伍和传播师资队伍的建设，尤其是积极吸纳优秀志愿者充实到传播队伍中来，对骨干志愿者进行专业的培训，提供展示的舞台，发挥好他们的作用。

在2016年，我和信息传播部一起将配合大家，讲好红会故事，传播好红会声音，提升好红会公信力！

再过九天就将迎来农历新年，借此机会，我提前给大家拜个早年，祝大家工作顺利、身体健康、阖家幸福、万事如意！